

Projekt: „Uspostava regionalnog centra kompetentnosti u sektoru turizma i ugostiteljstva Split  
UP.03.3.1.05.0002

**KORISNIK:** Turističko-ugostiteljska škola, Split, A.G. Matoša 60, 21000 Split

**PARTNER:** Sveučilište u Splitu – Odjel za stručne studije, Kopilica 5, 21000 Split

Projektni element 1: Uspostava organizacije rada i razvoja regionalnog centra kompetentnosti

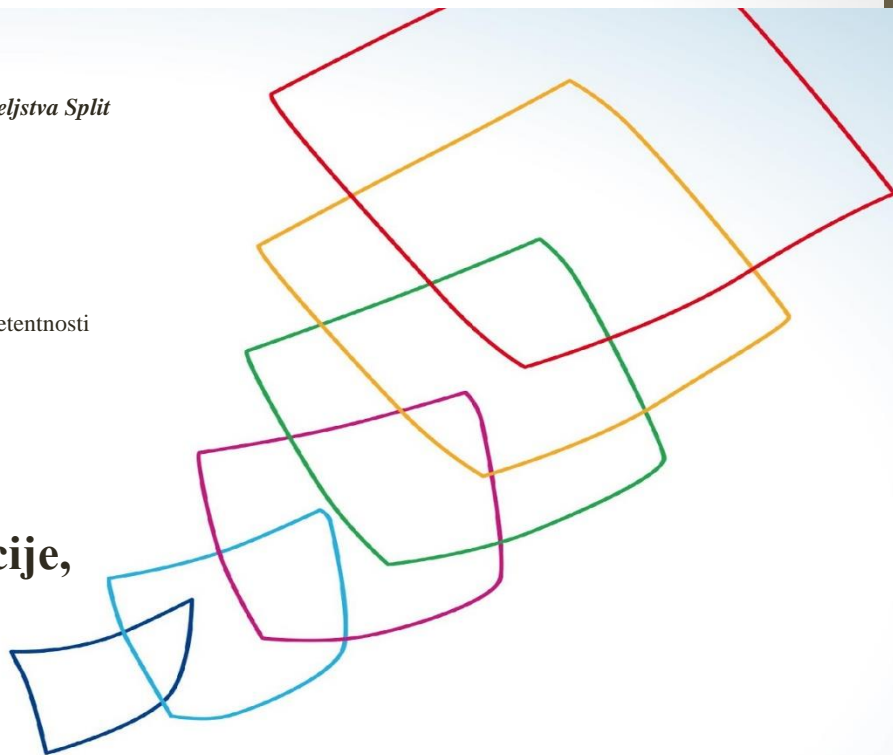
## Aktivnost unutar projektnog elementa 1: **RADIONICA 6: Upravljačke kompetencije, vještine vođenja i poduzetničke kompetencije**

**Predavači:**  
*mr. sc. Ivona Jukić*  
*Antonija Roje mag. oec.*



**Datum:** 04.03.2022.

[www.esf.hr](http://www.esf.hr)

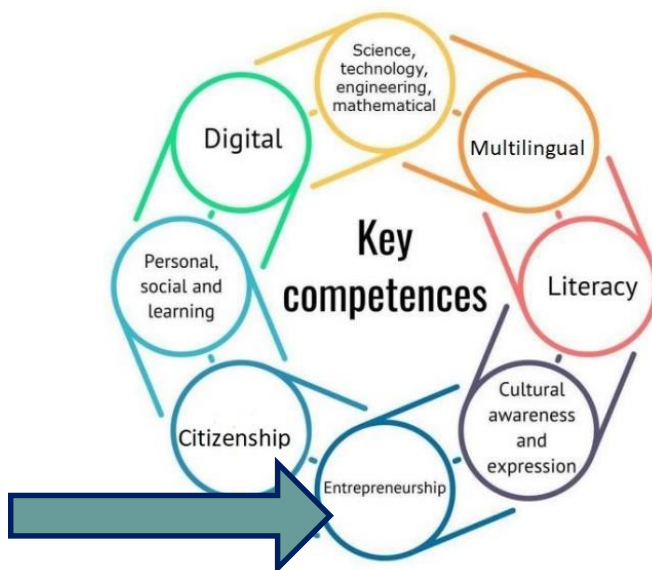


Projekt je sufinancirala Europska unija iz Europskog socijalnog fonda.

# Poduzetnički mindset za učinkoviti poslovni model

## Poduzetnost kao ključna kompetencija

- **Poduzetnost** ili **poduzetnička kompetencija**, prema definicijama strateških dokumenata Europske unije, uključuje znanja, vještine i stavove koji omogućuju pojedincu da svoje ideje pretvori u djelo.



# Jeste li poduzetni?

- Pojedinac koji je **poduzetan** je
  - kreativan,
  - inovativan,
  - poduzima inicijativu,
  - razumno preuzima rizike,
  - prilagođava se promjenama,
  - samostalno ili u timu planira, organizira i vodi projekte pokazujući odgovornost i ostvarujući rezultate.



# Koje osobine imaju uspješni poduzetnici?

- Iako je teško kazati koje su to osobine karakteristične za poduzetnika, istraživanja su pokazala da će vjerojatno uspjeti kao poduzetnici oni koji imaju što više od sljedećih šest osobina:

1. inovativnost (*kreacija novog*)
2. razumno preuzimanje rizika (*financijskog, rizika karijere, obiteljskog i fizičkog rizika*)
3. samouvjerenost
4. uporan rad
5. postavljanje ciljeva
6. odgovornost.



# 1. Inovativnost

- kreiranje i uvođenje promjene, razvitak i primjenu novih proizvoda, usluga, procesa, postupaka, novih rješenja koja se nude tržištu očekujući satisfakciju u obliku profita
- iako inovacija može biti važna da bi se krenulo u poduzetništvo, ona postaje poduzetničkom inovacijom tek kada se uključi u proizvodnju i nađe svoj izraz u ponudi proizvoda u koji je ugrađena



# 2. Razumno preuzimanje rizika



- suvremeni poduzetnik nije hazarder, već osoba koja prije donošenja konačne odluke temeljito preispituje sve okolnosti koje bi mogle ugroziti poduzetnički pothvat
- poduzetnički rizik odnosi se na mogućnost donošenja pogrešne odluke zbog nepredvidivog događaja i zakazivanja ljudskog faktora u organizacijskom sustavu
- iako se rizik vrlo teško može mjeriti, to ipak ne isključuje potrebu pravodobnog i temeljitog razmatranja svih pitanja koja dovode u sumnju ispravnost poduzetničkog projekta

# Četiri područja rizika..

1. Financijski rizik,
2. Rizik karijere,
3. Obiteljski rizik i
4. Fizički rizik.



# 3. Samouvjerenost

- znanstvena istraživanja govore o tome da poduzetnici vjeruju u sebe, no, ipak, često vjeruju da su im izgledi i bolji, nego što same činjenice potvrđuju
- uspješan poduzetnik treba prepoznati i uspostaviti ravnotežu između ambicija i postavljenih ciljeva





# 4. Uporan rad

- istraživanja su pokazala da uspješni poduzetnici – menadžeri rade prosječno 60 sati tjedno, a poduzetnici još više, posebice prvih pet godina dok se posao ne uhoda
- osnovna determinanta poduzetnikova ponašanja upravo je uporno traganje za promjenom, reagiranje na nju i njezino korištenje kao povoljne prilike u poduzetničkoj aktivnosti.



# 5. Postavljanje ciljeva

- cilj uspješnih poduzetnika jest kako dostići kreativne ideje kojima će konkurenti biti nadmašeni, a ne kako oponašati konkurente, pri čemu su poduzetnikov osobni i poslovni cilj usko povezani
- kada željeni cilj dosegnu, poduzetnici izbjegavaju osjećaj praznine postignuća, jer uvijek iznova postavljaju nove ciljeve



# 6. Odgovornost

- poduzetnici su u pravilu odgovorne osobe pred samim sobom i žele puno priznanje za svoj uspjeh
- istodobno preuzimaju svu krivnju za eventualni neuspjeh, pri čemu profiti igraju vrlo važnu ulogu
- s jedne strane profit je mjerilo uspješnosti poslovanja, a s druge strane je nagrada za uspješno preuzimanje rizika



# Socijalno poduzetništvo - RCK

- ❖ Pojam "socijalno poduzetništvo" (eng. *Social Entrepreneurship*) prije nekoliko desetljeća definirao je Wiliam Drayton.
- ❖ Riječ je o poduzetništvu s etičkim integritetom s ciljem maksimiziranja društvene vrijednosti, a ne privatne vrijednosti ili profita.
- ❖ Socijalno poduzetništvo znači primjenu poduzetničkih načela u društvenom sektoru s ciljem unaprjeđenja kvalitete življenja.
- ❖ Ono teži ostvarivanju i financijske i društvene vrijednosti i kao takvo je umjetnost simultanog ostvarivanja financijskih i društvenih povrata na investicije.



# Socijalni poduzetnici - RCK

- ❑ Prilagođuju misiju u cilju stvaranja i održavanja društvene vrijednosti (ne samo privatne vrijednosti).
- ❑ Prepoznaju nove prilike koje služe navedenoj misiji i prepuštaju im se - objedinjuju procese kontinuirane inovacije, adaptacije i učenja.
- ❑ Nisu ograničeni trenutano raspoloživim resursima.
- ❑ Teže ostvarivanju maksimalnog outputa uz dane uvjete.
- ❑ Socijalnog poduzetnika odlikuju kreativnost, *revolucionarski* potencijal, tradicionalna poduzetnička kvaliteta i moral.



## DOBRE OSOBINE

borbenost

disciplina

podnošenje poraza

psihofizičko zdravlje

dosljednost

inovativnost

inteligencija

intuitivnost

inventivnost

jednostavnost

komunikativnost



## DOBRE OSOBINE

laka procjena ljudi

nametanje svoje volje

marljivost

natjecateljski duh

samostalnost

objektivnost

odgovornost

odlučnost

pokretljivost

poštivanje dogovora

predanost poslu

## DOBRE OSOBINE

profesionalnost

racionalnost

samouvjerenost

preuzimanja rizika

strpljivost

svrhovitost

točnost

učenje na pogreškama drugih

umjereni optimizam

vjera u sebe

zdrava ambicioznost

## LOŠE OSOBINE

različita ovisnost

samodopadljivost

sitničavost

sklonost hedonizmu

strah od neuspjeha

strah od rizika

sumnjičavost

zloća

želja za brzim novcem

inertnost

iracionalnost

## LOŠE OSOBINE

neobjektivnost

neodgovornost

neprofesionalnost

nesamostalnost

nevjerica u sebe

nezdrava ambicioznost

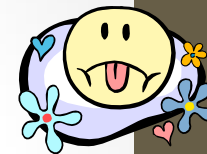
paničarenje

popustljivost

pretjerana opreznost

pretjeran optimizam i pesimizam

rasipništvo



## LOŠE OSOBINE

brzopletost

ciničnost

grizodušje

impulzivnost

tvrdoglavost

kolebljivost

lijenost

loše psihofizičko zdravlje

ljubomora

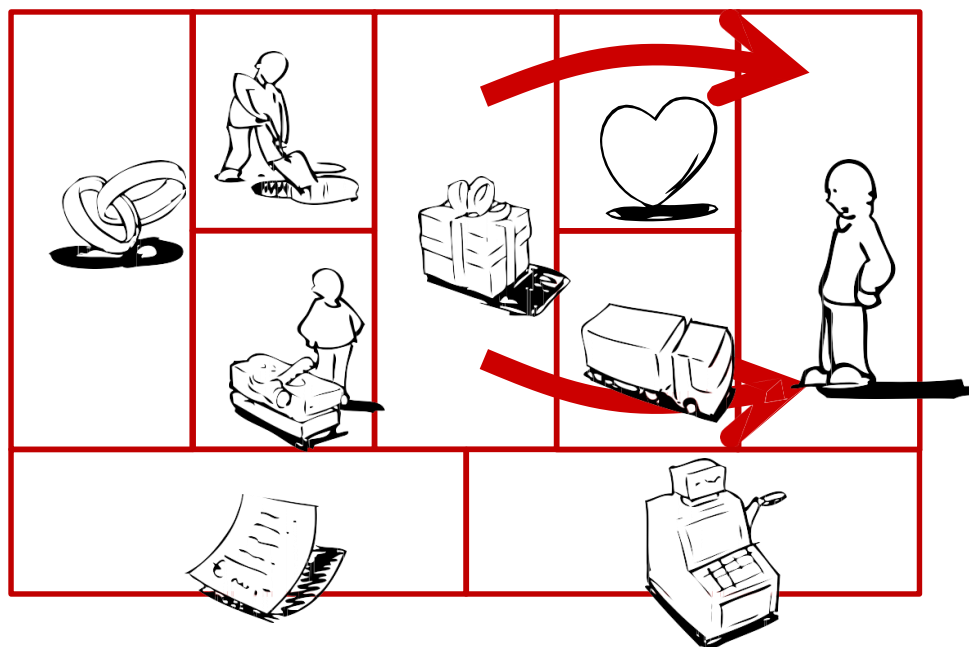
naivnost

nekomunikativnost

# Platno poslovnog modela\*

Za razumijevanje, analizu i stvaranje poslovnih modela treba nam ALAT

\*Dizajnirali su ga [Alex Osterwalder](#) i [Yves Pigneur](#), a predstavljen je u knjizi *Business Model Generation*.

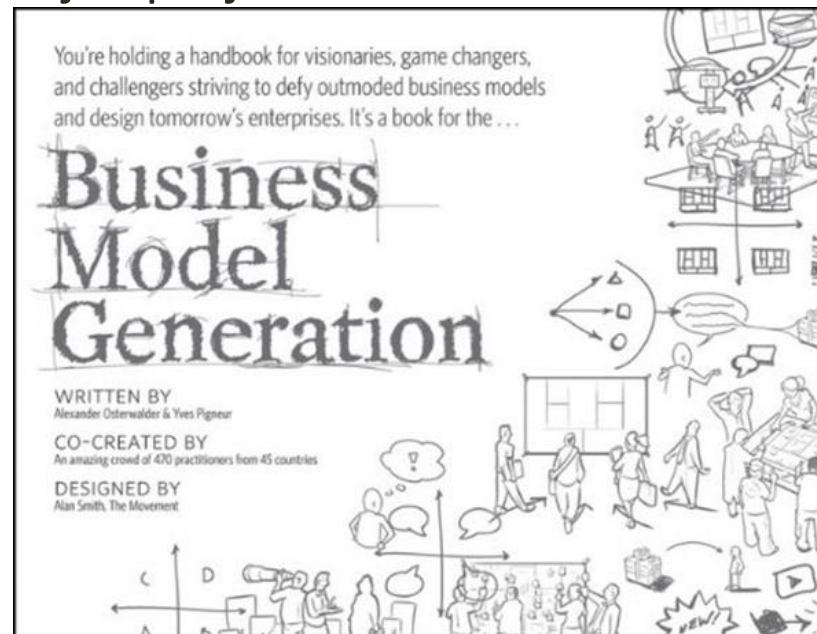


BMC je instrument koji nam pomaže da učimo i radimo s našim poslovnim modelom, iz sveobuhvatne perspektive cijele tvrtke.

- BMC se može koristiti od vrlo rane faze što nam pomaže dovesti naše misli u red.
- Moramo ga naučiti pravilno koristiti, jer uz njega možemo analizirati naše ideje i projekte.

BMC je postao šifrirani jezik za poduzetnike i poslovne ljude kada dijele, raspravljaju,

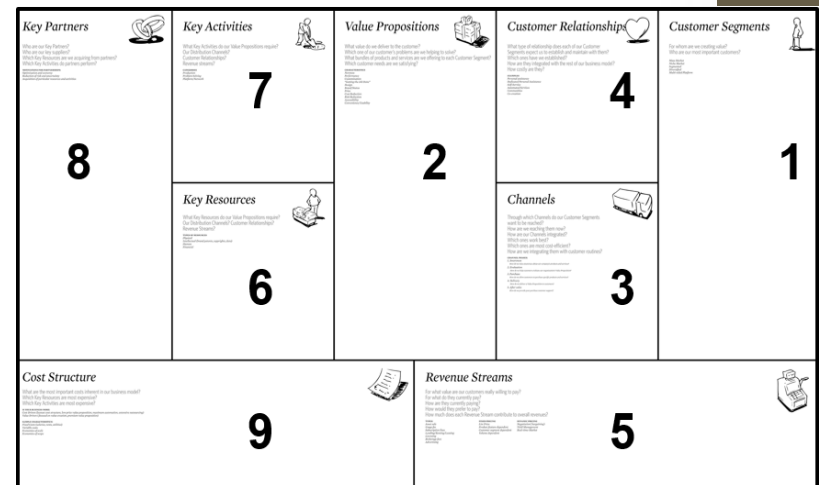
BMC nije zamjena za poslovni plan. To je praktičan, brz i prilagodljiv alat koji nam pomaže da shvatimo složenost našeg novog poslovanja s različitih točaka gledišta.
















- **Business model Canvas omogućava da se pristupi razvoju ideja s fleksibilnim načinom razmišljanja, bilo da je riječ o analiziranju postojeće ideje ili neke sasvim nove ideje.**
- Preporuča se najčešće slijedeći redoslijed ispunjavanja polja kod BMC-a.

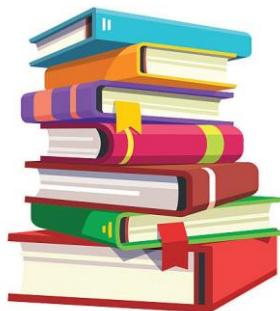
1. Segmenti korisnika (Customer segments)
2. Ponuda vrijednosti (Value proposition)
3. Kanali (Channels)
4. Odnosi s korisnicima (Customer relationship)
5. Prihodi (Revenue streams)
6. Ključni resursi (Key resources)
7. Ključne aktivnosti (Key activities)
8. Ključni partneri (Key partners)
9. Struktura troškova (Cost structure)



<b>Ključni partneri:</b>  Popis dobavljača, suradnika i svih ostalih partnera.  Što nam naši ključni partneri isporučuju?	<b>Ključne aktivnosti:</b>  Popis aktivnosti koje je potrebno napraviti u vremenu aktivizacije projekta.	<b>Isporučena vrijednost:</b>  Proizvodi i/ili usluge koje nudite kupcima kako bi zadovoljili njihove potrebe.  Koje potrebe zadovoljavamo?	<b>Odnosi s kupcima:</b>  Način na koji ćete održavati dugoročne dobre poslovne odnose s vašim kupcima.	<b>Tržišni segmenti:</b>  Identificirane skupine kupaca i/ili potrošača na vašem ciljnom tržištu.
	<b>Ključni resursi:</b>  Popis potrebnih resursa (ljudi, kapital, stalna i obrtna sredstva te intelektualni resursi).		<b>Distribucijski i komunikacijski kanali:</b>  Na koji ćete način komunicirati s tržištem i kako ćete distribuirati svoje proizvode. na koji način kupci traže informacije o vašem proizvodu ili usluzi.	
<b>Struktura troškova</b>  Osnovni fiksni i varijabilni troškovi projekta (stavke).		<b>Prihodi (stavke)</b>  Način na koji će isporučena vrijednost generirati prihod.  Koje su naše cjenovne strategije?		
<b>Društvene implikacije i troškovi zagađenja</b> 		<b>Društveni utjecaj i korist za okoliš</b> 		

<http://www.businessmodelgeneration.com>

# Literatura korištena za pripremu radionice:



- Buble, M. i Kružić, D.: Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, RRiF-plus, Zagreb, 2006.
- Ercegović, Kristina: Najjači si kad si svoj, Ljudska strana biznisa, Beletra, Zagreb, 2018.
- Hisrich, D. Robert, Peters, P. Michael i Shepherd, A. Dean: Entrepreneurship, 10th Edition, Irwin McGraw-Hill, New York, 2017.
- Hisrich, D. Robert, Peters, P. Michael i Shepherd, A. Dean: Poduzetništvo, Mate, Zagreb, 2011.
- Kuvačić, N.: Poduzetnički projekt – Kako sačiniti biznis - plan? – Teorijski prikaz – ogleadni primjeri – Katalog poduzetničkih ideja, Veleučilište u Splitu, Split, 2001.
- Kuvačić, Nikola (et al.): Poduzetnička biblija, Beretin, Split, 2005.
- Kuvačić, Nikola: Poduzetnički kod i testovi poduzetničkih sklonosti, Beretin, Split, 2005.
- Papanikolaou, Thomas: How to Create your Strategyzer Business Model Canvas, 2020., dostupno na: <https://neoschronos.com/insights/how-to-create-your-business-model-strategyzer-canvas-edition/> (pristupano, lipanj, 2021.)
- Siropolis, C. Nicholas: Menadžment malog poduzeća: vodič u poduzetništvo, IV. izdanje, MATE i HOK, Zagreb, 1995.
- Skupina autora: Poduzetništvo, I. Gimnazija, Zagreb, 2014.
- Službene mrežne stranice portala Poduzetnik dostupne na: <https://poduzetnik.biz/>
- Škrčić, M.: Poduzetništvo, Sinergija, Zagreb, 2006.
- Zimmerer, W. Thomas & Scarborough, M. Norman: Essentials of Entrepreneurship and Small business management, Fourth Edition, Pearson Education, New Jersey, 2005.

# HVALA NA PAŽNJI!

[ivona.jukic@oss.unist.hr](mailto:ivona.jukic@oss.unist.hr)

[antonija.roje@oss.unist.hr](mailto:antonija.roje@oss.unist.hr)

